

DAFTAR PUSTAKA

- Adwan, A. Al, Kokash, H., Adwan, R. Al, & Khattak, A. (2023). Data analytics in digital marketing for tracking the effectiveness of campaigns and inform strategy. *International Journal of Data and Network Science*, 7(2), 563–574. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.015>
- Al-Rodhan, N. R. F., & Stoudmann, G. (2006). *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition*. Program on the Geopolitical Implications of Globalization and Transnational Security. .
- Amali, M. T., & Wardhana, A. (2025). Strategi komunikasi pemasaran Pasar Kangen Yogyakarta sebagai wisata budaya dan nostalgia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 350–369.
- Amelia, S. S., & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 331–334. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Andini, W., Fitriani, D., & Purba, L. K. N. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. . *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek (Revisi)*. . PT Rineka Cipta.
- Armawi, A. (2011). EKSISTENSI MANUSIA DALAM FILSAFAT SÖREN KIERKEGAARD. *Jurnal Filsafat*, 21(1).
- B-One Corporation. (2024). *Homepage*. B-One Corporation. <https://b-onecorp.id>.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi. Edisi Revisi*. Rajawali Pers.
- Chaffey, D. (2022a). *SOSTAC Marketing Planning Model Guide*. Smart Insights.
- Chaffey, D. (2022b). *SOSTAC Marketing Planning Model Guide*. *Smart Insights*. <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/sostac-marketing-plan-model/>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE.

- Darimi, I. (2018). Teknologi Informasi dan Komunikasi Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Efektif. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(2), 111–121.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE.
- DiMarco, J. (2017). *Communications Writing and Design*. Wiley.
<https://doi.org/10.1002/9781119267485>
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Grewal, D., Herhausen, D., Ludwig, S., & Villarroel Ordenes, F. (2022). The Future of Digital Communication Research: Considering Dynamics and Multimodality. *Journal of Retailing*, 98(2), 224–240.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.01.007>
- Grunig, J. E. (2023). Public Relations, Social Inclusion, and Social Exclusion. *Journalism & Communication Monographs*, 25(2), 90–108.
<https://doi.org/10.1177/15226379231167120>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2023). Public Relations, Social Inclusion, and Social Exclusion. *Journalism & Communication Monographs*, 25(2), 90–108.
<https://doi.org/10.1177/15226379231167120>
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Harahap, S. M., Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi* (1st ed.). PENANDA.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA PRESS.
- Herdiansyah, H. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer* (2nd ed.). Salemba Humanika.
- Iqbal, M. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Era Media Sosial. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 174–186. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i2.3826>

- Islam, D. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN: MEMBANGUN KESAN DAN KETERLIBATAN KONSUMEN* (Wijaya, Qoni'ah Nur). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Kosteljik, E., & Alsem, K. J. (2020). *Brand Positioning: Connecting Marketing Strategy and Communications*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429285820>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif disertai contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Lou, C., & Xie, Q. (2021). Something social, something entertaining? How digital content marketing augments consumer experience and brand loyalty. *International Journal of Advertising*, 40(3), 376–402.
<https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1788311>
- Luan, H. Van. (2023). Human Resource Training: An Approach in Digital Era. *VNU Journal of Science: Policy and Management Studies*, 39(1).
<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4426>
- Marasabessy, S. A. N., & Dimyati, D. (2024). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LUCRUM PLACE AND COFFEE MELALUI INSTAGRAM*. 12(1). <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.289>
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019a). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 1(1), 60–66.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019b). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 3(01).
<https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.470>
- Mogaji, E., Olaleye, S., & Ukpabi, D. (2020a). *Using AI to Personalise Emotionally Appealing Advertisement* (pp. 137–150). https://doi.org/10.1007/978-3-030-24374-6_10

- Mogaji, E., Olaleye, S., & Ukpabi, D. (2020b). Using AI to Personalise Emotionally Appealing Advertisement. In *Digital and Social Media Marketing* (pp. 137–150). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-24374-6_10
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja. Rosdakarya.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020a). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1).
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020b). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Olaghere, A. (2022). Reflexive Integration of Research Elements in Mixed-Method Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 21. <https://doi.org/10.1177/16094069221093137>
- Poerwandari, E. K. (2007). Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia. In *LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia*.
- Purba, A. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Banga.
- Putri, M. E., & Riswandi, R. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK DAN JASA (KLINIK DERMALOVE BATAM). *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v7i2.9516>
- Riyoko, S. (2022a). *Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi*. Elmarkazi.
- Riyoko, S. (2022b). *STRATEGI PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI* (R. Kusumodestoni, Ed.; 1st ed.). PENERBIT ELMARKAZI.
- Rutha, N. M. H., & Abbas, S. S. (2021). The Role of Technology in Enhancing Place Attachment in Public Place. *IOP Conference Series: Materials Science*

and Engineering, 1094(1), 012034. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1094/1/012034>

Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022a). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. FURNILUX INDONESIA. *JURNAL BISNIS KOLEGA*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>

Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022b). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>

Sari, Y. (2023). *Strategi Komunikasi Efektif Guru dan Siswa Taman Kanak-Kanak*. Deepublish Digital.

Satibi, I. (2011). *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Ceplas.

Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Intergrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo Media Pustaka.

Skaperas, S., Mamatas, L., & Chorti, A. (2020). Real-Time Algorithms for the Detection of Changes in the Variance of Video Content Popularity. *IEEE Access*, 8, 30445–30457. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2972640>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif)*. Alfabet.

Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communication*. Pustaka Pelajar.

Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika.

Swaidi, S. A. (2023). An Approach to Assess the Effectiveness of Smart Goals in Achieving Sustainable Business Development. *NILES Journal for Geriatric and Gerontology*, 6(1), 344–352. <https://doi.org/10.21608/niles.2023.265468>

Syamsuddinnor, S., & Alfiannor, A. (2022). *Aspek bauran pemasaran dan citra perguruan tinggi terhadap kepuasan mahasiswa*. CV Istana Agency.

Upadhyay, R. U. U., & Choudhary, N. C. (2023). A Review of Customer Segmentation Methods. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*, 684–692. <https://doi.org/10.48175/IJARSCT-8904>

- Wahyuni, D. F., Safira, D., Nolasary, M. P., & Wulanda, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Pada Star One Chicken and Burger Jati. *Jurnal Menara Ekonomi*, 10(2).
- Wazis, K. (2017). Komunikasi Transbudaya Pondok Pesantren : Kajian Teoritis Dalam Paradigma Konstruktivis. *Jurnal Komunikasi*, 1(1).
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Intrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods* (4th ed.). Sage Publication.
- Yunita, R. (2017a). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI RADIO DANGDUT TERDEPAN DI JAKARTA (Studi Kasus Eksistensi Radio Cbb 105,4 Fm). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 24–2579.
- Yunita, R. (2017b). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Dangdut Terdepan di Jakarta (Studi Kasus Eksistensi Radio Cbb 105,4 Fm). *Jurnal Komunikasi*, 24–32.
- Zulham. (2017). PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI MENENTUKAN KEBERHASILAN DUNIA PERUSAHAAN INDUSTRI. *Jurnal Warta* .